Bijlage 1. Overzicht naleving prestatieafspraken

Artikel	Prestatieafspraak	2010	2011	2012	2013	2014
1	De publieke omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en videopaletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programmakanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.	in 2012		✓		
2.1.1	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement	✓	✓	✓	✓	✓
2.1.2	De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.	✓	✓	✓	✓	✓
2.1.3	Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.	✓	✓	✓	✓	✓
2.1.4	Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de publieke omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbodconcept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.	✓	✓	✓	✓	✓
2.2.1	Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en allochtonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.					✗ / ✓
2.2.2	Over vijf jaar heeft de publieke omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en allochtonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.					✓
2.3.1	Jaarlijks variatie aan expressie (kunstinformatie [waaronder kunstdocumentaires], muziek [waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel], fictie en cabaret/satire).	✓	✓	✓	✓	✓
2.3.2a	Registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen: - Jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.	✓	✓	✓	✓	✓
2.3.2b	- Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.	✓	✓	✓	✓	✓
2.3.2c	- Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.	✓	✓	✓	✓	✓
2.4.1	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform.	✓	✓	✓	✓	✓
2.4.2	De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.	✓	✓	✓	✓	✓
2.5a	De publieke omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit: - Jaarlijks minimaal 20 pilots of programmaformats [ontwikkelen]	✓	✓	✓	✓	✓
2.5b	- en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.	✓	✓	✓	✓	✓
2.6.1	Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.	✓	✓	✓	✓	✓
2.6.2	De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.	✓	✓	✓	✓	✓
3.1.1	De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85% van de Nederlanders.		in 2015			
3.1.2	De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders.	✗	✗	✗	✗	✗
3.1.3	De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.	✓	✓	✓	✓	✓
3.2.1	Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.	✗	✗	✗	✗	✗
3.2.2	De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.	✓	✓	✓ / ✗	✓ / ✗	✓ / ✗
4.1.1	Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.	✓	✓	✓	✓	✓
4.1.2	Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie.	✓	✓	✓	✓	✓

Bijlage 2. Toelichting naleving en verificatie prestatieovereenkomst NPO 2014

1. Ambitie 'Aansluiten bij veranderend mediagebruik'

Prestatieafspraak 1: De publieke omroep stelt uiterlijk per 1 januari 2012 samenhangende audio- en videopaletten samen, ieder bestaande uit een breed lineair programmakanaal in combinatie met overige lineaire en non-lineaire aanbodkanalen en diensten.
Gerealiseerd: De NPO heeft in 2012 reeds voldaan aan de afspraak via samenhangende paletten aan te sluiten bij veranderend mediagebruik.

2. Ambitie 'Evenwichtig en onderscheidend aanbod'

Prestatieafspraak 2.1.1: De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen bestaat jaarlijks uit een mix van de domeinen nieuws, opinie, samenleving, expressie, kennis en amusement.
Gerealiseerd: Aan deze afspraak kan eigenlijk alleen maar worden voldaan, wel kan de mate van mix (ofwel variatie) over de jaren heen verschillen. De zendtijdaandelen van de zes domeinen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen van de NPO zijn ten opzichte van 2013 nauwelijks veranderd, in 2014 is er 1,8 procentpunt meer nieuws uitgezonden en 0,9 procentpunt minder expressie. Over de gehele periode valt op dat in evenementenjaren het aandeel van het domein altijd hoger uitvalt omdat actuele sportinformatie en sportreportage naast nieuws in deze domein vallen. Opvallend is verder dat het aandeel amusement, hieronder classificeert de NPO overig spel en quiz en overig amusement, met 4,8 op het lage niveau van 2013 blijft.

Tabel 1. De verdeling van de domeinenmix van het televisieaanbod in procenten (tijdvak 00-24)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nieuws	26,5	24,9	25,2	22,4	24,1	21,8	23,6
Opinie	12,2	12,9	13,8	16,8	18,4	18,1	17,8
Samenleving	16,3	17,1	16,1	16,2	15,5	16,3	15,7
Expressie	24,5	25,6	23,7	24,2	22,6	23,4	22,5
Kennis	13,8	14,3	15,5	13,5	14,6	15,5	15,8
Amusement	6,8	5,2	5,7	6,8	4,8	4,8	4,6
Totaal	100,1	100,0	100,0	99,9	100,0	99,9	100,0
Totaal (uren)		21.281	21.800	21.883	22.116	21.784	21.569

Prestatieafspraak 2.1.2: De optelsom van het aanbod op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële televisieprogrammakanalen.
Gerealiseerd: Het programma-aanbod op Nederland / NPO 1, 2 en 3[1] is divers, 20 genres beschikken over een aandeel van 1 procent of meer. Grote veranderingen zijn sinds 2010 niet te zien, het aandeel actualiteiten neemt gestaag toe, het aandeel nieuws, populaire muziek en overige muziek licht af. Het NPO aanbod onderscheidt zich van de verschillende zenders van RTL en SBS in 2014 (art. 2.1.2) het sterkst door het meer aanbieden van de genres actualiteiten (+11,6), meningsvorming (+7,7%) en kunstinformatie (+3,9%). De genres overige amusement (-20,6%) en overige spel en quiz (-8,6%) zijn daarentegen minder vertegenwoordigd in de programmering van de NPO ten opzichte van RTL en SBS.
Over de concessieperiode tot nu toe bezien zijn drie trends zichtbaar: het aandeel actualiteiten neemt toe, dit is een genre dat, uitzonderingen daargelaten, exclusief door de NPO aangeboden wordt. Het aandeel overig spel en quiz neemt vooral bij de SBS zenders toe en daarmee wordt ook het verschil met de NPO groter. Het verschil ten opzichte van buitenlands fictie neemt af, alweer vooral door minder buitenlandse fictie op de SBS zenders.

[1] In de Prestatieovereenkomst is nog sprake van Nederland 1, 2 en 3 en Radio 1 etc. In ons advies maken we gebruik van de nieuwe namen (NPO 1 en NPO Radio 1 i.p.v. Nederland 1 en Radio 1). Ook gebruiken we de aangepaste naam Zapp/Zappelin i.p.v. Z@pp, Z@ppelin.

Tabel 2. Genreverdeling NPO (gemiddelde NPO 1-3) en het verschil tussen het percentage van NPO en het gemiddelde percentage van de RTL en SBS zenders (RTL 4, 5, 7, 8 en SBS6, Net5 en Veronica)

	NPO (gemiddelde NPO 1-3)					Verschil in procentpunten				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Actualiteiten	6,7	8,7	10,8	10,9	11,6	6,5	8,7	10,8	10,9	11,6
Meningsvorming	7,8	8,9	9,7	8,4	8,4	6,9	8,2	8,9	7,8	7,7
Educatie	7,3	4,5	4,6	5,1	4,5	6,3	3,9	3,8	4,2	3,9
Kunstinformatie	3,0	3,3	4,5	4,6	3,7	2,4	3,0	3,9	4,3	3,5
Human actua	6,3	6,8	8,2	8,2	7,9	1,5	2,2	3,6	3,9	2,6
NL educatieve fictie	2,6	2,8	2,5	2,4	2,7	2,5	2,4	2,1	2,1	2,2
Actuele sportinformatie	5,1	3,7	3,7	3,6	3,9	1,9	2,0	2,1	2,6	2,9
Populaire muziek	2,7	2,6	2,5	2,3	1,8	1,8	1,9	2,2	1,8	1,5
Religie*		2,6	2,4	4,0	3,5		2,0	1,8	3,4	2,5
Overige NL fictie	4,2	4,0	4,8	4,6	4,2	2,4	1,5	1,5	-1,7	-1,5
Buitenlandse educatieve fictie	1,6	1,2	2,8	3,0	2,9	1,6	0,3	2,1	2,3	2,0
Educatieve quiz***	1,6	1,6	1,2	1,2	1,6	1,6	1,2	1,1	1,1	1,3
Human culture*		0,8	0,6	0,7	1,3		0,8	0,5	0,7	1,3
Satire	0,5	0,5	0,5	0,6	0,8	0,4	0,4	0,3	0,5	0,7
Klassieke muziek	0,6	0,3	0,1	0,3	0,0	0,6	0,3	0,1	0,3	0,0
Cabaret/kleinkunst	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1
Overige muziek	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0	0,4	0,3	0,0	0,0	0,0
Overige sportinformatie	1,0	0,5	0,3	0,2	0,2	0,5	0,0	-0,3	-0,4	-0,3
Sportreportage	2,0	1,8	1,3	1,7	1,8	0,8	-0,8	-0,8	0,4	0,4
Nieuws	16,8	16,3	15,9	15,1	15,5	0,4	-0,3	-1,3	-2,5	-1,5
Artistiek spel****		0,2	0,4	0,3	0,2		-0,4	-1,1	-1,2	-1,0
Factual	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	-1,5	-0,2	-0,7	-1,0	-0,9
Overig amusement	4,2	4,9	2,7	3,1	3,0	-1,5	-0,1	-1,5	0,6	0,8
Human interest	6,2	7,7	5,8	5,1	5,7	-1,9	-2,9	-5,0	-8,1	-6,1
Service	3,8	4,4	5,0	4,3	4,0	-6,3	-1,9	-3,2	-6,2	-4,5
Overige spel en quiz**	1,6	2,5	2,0	1,5	1,7	-4,0	-8,8	-8,6	-4,2	-8,6
Overige buitenlandse fictie	9,8	9,0	7,3	8,6	8,7	-26,4	-23,8	-22,7	-21,7	-20,6
Levensbeschouwing*	4,1					3,2				

* De categorie 'levensbeschouwing' is in 2011 opgesplitst in 'religie' en 'human culture'.

** De categorie 'overige spel en quiz' heette in 2010 'overige spelprogramma'.

*** De categorie 'educatieve quiz' heette in 2010 'kennis quiz'.

**** De categorie 'artistiek spel' is in 2011 nieuw geïntroduceerd.

Prestatieafspraak 2.1.3: Jaarlijks bestaat minimaal 70% van de duur van het aanbod op het totaal van de gezichtsbepalende netten uit oorspronkelijk Nederlandstalige producties.
Gerealiseerd: Het criterium van minimaal 70 procent oorspronkelijke Nederlandstalige producties (oorspronkelijk Friestalige en Nederlandstalige incl. Vlaamstalige) wordt met 83,3 procent voor het vijfde jaar op rij ruimschoots gehaald (art. 2.1.3).

Tabel 4. Het aandeel oorspronkelijk Nederlandstalige producties van het televisieaanbod in procenten

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
NPO 1	96,3	95,4	96,1	95,7	96,9	96,4	96,6
NPO 2	88,3	90,6	90,2	91,3	90,2	91,0	90,4
NPO 3	66,3	64,9	72,2	65,3	66,8	50,5	64,1
Totaal	83,1	83,0	85,7	83,8	84,1	84,1	83,3
Totaal (uren)	21.257	21.181	21.800	21.883	22.116	21.784	21.569
Ontwikkeling t.o.v. 2008 (procentueel)		-0,1	3,1	0,8	1,2	1,2	0,2

Prestatieafspraak 2.1.4: Op alle verbindende toonaangevende radioprogrammakanalen (Radio 5, Radio 2, 3FM, FunX) beschikt de publieke omroep jaarlijks over minimaal één zenderbreed aanbodconcept dat de publieke waarde van het radioprogrammakanaal versterkt.
Gerealiseerd: Op de radioprogrammakanalen NPO Radio 5, NPO Radio 2, NPO 3FM en NPO FunX beschikt de NPO in 2014 over een zenderbreed aanbodconcept. Met uitzondering van FunX kan de NPO aantonen dat de aanbodconcepten bijdragen aan de kernwaarden van de zenders en ook hoog gewaardeerd worden binnen de doelgroep. De trends van een dalende waardering lijkt in 2014 gekeerd, nooit eerder in de concessieperiode zijn hogere waarderingen gemeten. Kritisch moet worden opgemerkt dat tot nu toe nog nooit in de concessieperiode over de waardering van FunX aanbodconcepten gerapporteerd is.

Tabel 5. Waardering van zenderbrede concepten door de doelgoep

	Zenderbreed concept	Bijdrage aan publieke waarde op gebied van:	Doelgroep	Waardering doelgroep				
				2010	2011	2012	2013	2014
NPO Radio 5	Evergreen Top 1000	Cultuur door het draaien van nostalgische muziek	55+-ers	8,1	7,9	7,8	7,3	8,2
NPO Radio 2	Top 2000	Cultuur en maatschappij door het delen van ervaringen van luisteraars, informatie en achtergronden.	35-54 jarigen	8,1	8,2	8,0	7,6	8,2
NPO 3FM	Serious Request	Maatschappij door aandacht te vragen en geld in te zamelen voor actuele onderwerpen.	10-34 jarigen	7,8	8,0	7,9	7,7	7,8
NPO FunX	Zomercarnaval Weekend/Rotterdam unlimited	Cultuur door een voor de doelgroep belangrijk evenement te verslaan.		g.g.	g.g	g.g.	g.g	g.g
	DeDiXte 1000						g.g	g.g

g.g. = geen gegevens

Verificatie afspraak 2.1.4: De waarderingscijfers zijn afkomstig van de evaluatieonderzoeken. Per evenement wordt een representatieve steekproef van ongeveer 1.000 personen uit de Nederlandse bevolking ondervraagd en de kernwaarden in de doelgroep gerapporteerd. Anders dan bij de evenementen van de radioprogrammakanalen NPO Radio 5, NPO Radio 2 en NPO 3FM vindt na de evenementen van NPO FunX geen evaluatieonderzoek plaats en zijn daarom geen waarderingscijfers beschikbaar. De NPO geeft hiervoor als een reden aan dat de doelgroep van NPO FunX moeilijk benaderbaar is voor onderzoek.

Prestatieafspraak 2.2.1: Over vijf jaar is de representatie van vrouwen en allochtonen op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen verbeterd.
Ten dele gerealiseerd: Het aandeel vrouwen op NPO 1 t/m NPO 3 is met 2,2 procentpunten binnen vijf jaar afgenomen, maar het aandeel vrouwen aan de Nederlandse bevolking ligt sinds 2010 stabiel bij 50,5 procent (CBS). Vrouwen waren dus in 2010 behoorlijk ondervertegenwoordigd en hun aandeel aan de bevolking wordt in 2015 nog slechter weerspiegeld. Nadere analyses van de NPO laten zien dat vrouwen in 2010 en 2015 verhoudingsgewijs hoog bij de genres amusement en fictie vertegenwoordigd zijn, maar bij serieuze genres nieuws en opinie in veel mindere mate.
Het aandeel niet-westerse allochtonen op NPO 1 t/m NPO 3 is met 0,6 procentpunten gestegen van 9,2 naar 9,8 procent. Ook in de Nederlandse bevolking is het aandeel niet-westerse allochtonen gestegen met 0,7 procentpunten van 11,2 procent in 2010 naar 11,9 procent in 2014. In beide jaren was de niet-westerse allochtone bevolking licht ondervertegenwoordigd (CBS), maar de beperkte groei is ook op de NPO televisieprogrammakanalen zichtbaar. Ook voor niet westerse allochtonen geldt dat deze vaker in fictie programma's aan bod komen en in nieuws- en opinieprogramma's onder vertegenwoordigd zijn. De NPO geeft als mogelijke verklaringen aan dat de doorlooptijd van actualiteitenprogramma's kort is en het aantal vrouwen en allochtonen in expertfuncties verhoudingsgewijs klein is en daarom informatieprogramma's vaker mannen als gasten uitnodigen.

Tabel 6. Representatie op de gezichtsbepalende televisieprogrammakanalen in procent

	2010	2015
Representatie van vrouwen	37,6	35,4
Representatie van niet-westerse allochtonen	9,2	9,8

Verificatie afspraak 2.2.1: Het onderzoek Monitor representatie is in 2010 en 2015 met dezelfde methodiek uitgevoerd. Uit de gehele programmering in 2010 en 2015 is een steekproef van programma's gekozen die in een periode van ongeveer 1 maand tussen 18 en 24 uur werden uitgezonden. Omdat de steekproef niet aselect is getrokken kan geen uitspraak gemaakt worden of de veranderingen ten opzichte van 2010 significant zijn.
Van alle geselecteerde programma's zijn voor de eerste 20 personen die zichtbaar in beeld kwamen o.a. de variabelen kleur en geslacht gecodeerd. Anders dan in het validatiedocument beschreven geldt niet alleen voor niet-westerse allochtonen, maar ook voor vrouwen dat het moet gaan om Nederlandssprekende personen. Als indicator voor niet-westers allochtoon dient de kleur van een in een programma optredend persoon. De indeling van een zichtbare persoon in de categorieën wit en Mediterraan Zuid Europees leidt ertoe dat deze persoon niet als niet-westers allochtoon wordt geclassificeerd. De andere categorieën (vooral Zwart, Aziatisch, Zuid Amerikaans, Maghreb/Aziatisch) zijn de kenmerken die tot classificatie niet-westers allochtoon leiden. Hierbij speelt de vraag hoe eenduidig codeurs deze verschillende categorieën kunnen toewijzen, dus de vraag hoe betrouwbaar de classificatie is. De NPO heeft op verzoek van het Commissariaat de intercodeurbetrouwbaarheid geanalyseerd. De resultaten tonen aan dat de codering van geslacht zeer betrouwbaar is (Krippendorff's alpha 0 ,98). Er is weliswaar sprake van minder overeenstemmende coderingen van meerdere codeurs ten opzichte van de variabele kleur, maar ook deze codering voldoet aan de voorwaarde van een betrouwbare codering (Krippendorff's alpha is met 0,85 duidelijk groter dan ,80).

Prestatieafspraak 2.2.2: Over vijf jaar heeft de publieke omroep een evenwichtiger representatie van vrouwen en allochtonen op de toonaangevende radioprogrammakanalen waarvoor in het concessiebeleidsplan doelstellingen zijn opgenomen: Radio 1, Radio 2, 3FM, Radio 6 en Radio 7.
Gerealiseerd: De representatie van vrouwen op de toonaangevende radioprogrammakanalen is in de afgelopen vijf jaar met 5,8 procentpunten gestegen, de afspraak is ten opzicht van deze groep nageleefd. Maar desondanks is het aandeel nog steeds kleiner dan het aandeel op de televisiekanalen en daarmee duidelijk lager dan het aandeel in de bevolking. Een door de NPO gegeven mogelijke verklaring is dat DJ's bij radioprogramma's de vertegenwoordiging van persoonskenmerken sterk bepalen en nog zijn de meeste DJ's mannelijk.
De wijze van vaststellen van het persoonskenmerk allochtoon moest worden aangepast (zie verificatie afspraak 2.2.2), daarom kan de representatie van allochtonen op radio in 2015 niet vergeleken worden met die in 2010. Ondanks de methodische wijzigingen toont een verdrievoudiging aan dat het aannemelijk is dat het aandeel allochtonen is toegenomen.

Tabel 7. Representatie op de toonaangevende radioprogrammakanalen in procent

	2010	2015
Representatie van vrouwen	22,3	28,1
Representatie van niet-westerse allochtonen	3,0	9,1

Verificatie afspraak 2.2.2: Omdat radio 7 niet operationeel was kan dit kanaal ook niet bij de rapportage worden betrokken. De representatie van vrouwen op de andere radioprogrammakanalen is op dezelfde manier als in 2010 gemeten. De NPO heeft weer gekozen voor titels waarin voldoende gesproken woord en gasten voorkomen (dus geen programma's die hoofdzakelijk uit muziek bestaan). Daarmee wordt ongeveer de helft van het totale aanbod tussen 6 uur en 19 uur gerepresenteerd. Anders dan vrouwen zijn niet-westerse allochtonen niet zonder aanvullende informatie identificeerbaar. In 2010 is de representatie van allochtonen onderzocht op basis van gastenlijsten. In plaats daarvan is het persoonskenmerk niet-westers allochtoon in 2015 op basis van visual streams bepaald. Intussen staan van bijna alle radioprogramma's visual streams ter beschikking, dat was in 2010 nog niet het geval. Daardoor is de meting van allochtoon op radio in 2015 vergelijkbaar met de meting van allochtoon op televisie. Nadeel is dat het aandeel allochtonen op radio in 2015 niet met het aandeel in 2010 kan worden vergeleken. Maar omdat zoveel mogelijk tussen 2010 en 2015 vergelijkbare titels geselecteerd zijn en het aandeel in de nieuwe meting drie keer hoger uitvalt is het waarschijnlijk dat aan de afspraak wordt voldaan.
Voor de codering van het audioaanbod is de intercodeurbetrouwbaarheid op basis van een tweede codering van een steekproef bepaald. Het kenmerkt geslacht was zeer betrouwbaar geclassificeerd

(Krippendorff's alpha 0,99), maar de betrouwbaarheid van het kenmerk kleur (Krippendorff's alpha 0,76) is voor verbetering vatbaar.

Prestatieafspraak 2.3.1: Jaarlijks variatie aan expressie (kunstinformatie [waaronder kunstdocumentaires], muziek [waaronder klassieke muziek en registratie van festivals, concerten en toneel], fictie en cabaret/satire).
Gerealiseerd: Deze afspraak kan zoals afspraak 2.1.1 eigenlijk niet niet worden nageleefd, interessant is daarom de mate van variatie. Opvallend is dat niet alleen het aandeel expressie afneemt (zie afspraak 2.1.1), maar ook de omvang zendtijd besteed aan expressie neemt af van 5.172 uren in 2010 en 5.306 uren in 2011 naar 4.847 uren in 2014. Binnen het domein expressie is buitenlandse fictie het grootste genre met 42,1 procent, gevolgd door Nederlandse fictie (20,7 procent) en kunstinformatie (18,6 procent). Opvallend is het dalende aandeel muziek binnen dit domein dat van 19,1 procent naar 12,7 procent in 2014 is gedaald. I.p.v. 987 uren in 2010 zijn dus in 2014 maar 616 uren muziek uitgezonden. Alle andere genres bij elkaar opgeteld vertegenwoordigen in alle jaren minder dan zes procent, satire heeft daarbinnen een toenemend aandeel.

Tabel 8. De verdeling van de genremix van het televisieaanbod binnen het domein expressie (tijdvak 00-24)

	2010	2011	2012	2013	2014
Kunstinformatie	12,8	14,2	17,9	18,9	18,6
Nederlandse fictie	17,7	18,9	19,3	22,5	20,7
Buitenlandse fictie	47,7	46,5	41,1	39,3	42,1
Artistiek spel	-	1,3	2,6	2,3	2,2
Cabaret/kleinkunst	1,5	1,2	1,4	1,4	1,4
Satire	1,3	1,4	1,7	1,9	2,2
Muziek	19,1	16,6	16,1	13,7	12,7
Totaal	100,1	100,1	100,1	100	99,9
Totaal (uren)	5.172	5.306		5.094	4.847

Prestatieafspraak 2.3.2 a,b,c: Registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen:
- Jaarlijks liveverslag van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen binnen het zenderprofiel door Radio 6, 3FM en FunX.
- Organiseren en registreren van (eigen) concerten door Radio 2: minimaal drie per jaar.
- Registreren en uitzenden van klassieke concerten, waaronder zelf geproduceerde op Radio 4: minimaal 75 per jaar.

Gerealiseerd: Aan de drie afspraken over het registreren en verslagleggen van concerten en muziekevenementen (art. 2.3.2a, b en c) wordt voldaan. De selectie van de belangrijkste Nederlandse muziekevenementen voor het liveverslag door NPO Radio 6, NPO 3FM en NPO FunX varieert. Ook worden door NPO Radio 2 in 2014 zoals vastgelegd in afspraak 2.3.2b ten minste 3 concerten georganiseerd en geregistreerd, maar het aantal loopt terug van 6 in 2011 naar 4 in 2013 en 3 in 2014. Radio 4 voldoet ruim aan de afspraak 75 geregistreerde klassieke concerten uit te zenden, maar het aantal loopt hier evenals terug van 144 in 2012 naar 106 in 2014.

Prestatieafspraken2.4.1: De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie pluriform *en* ***2.4.2:*** De Nederlandse bevolking vindt de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie kwalitatief goed.
Gerealiseerd: Het videoaanbod van de NPO wordt in 2014 door bijna driekwart van het Nederlandse publiek als pluriform (art.2.4.1) en kwalitatief goed (art. 2.4.2) beoordeeld. Het aandeel dat het hier niet mee eens is was in 2014 met 6,0 en 4,4 procent opmerkelijk laag. Betreffende de pluriformiteit is een dalend aandeel van mening dat het aanbod pluriform is. Het aandeel dat er niet mee eens is, is in die tijd bijna verdubbeld. Maar toch vindt de duidelijke meerderheid het aanbod pluriform en de kwaliteit van de audioprogrammering wordt bijna als even goed ervaren als de kwaliteit van het videoaanbod. De NPO merkt hierbij op dat NPO Radio 5 vanaf 1 januari 2014 minder opinieaanbod uitzendt. Dit kan de resultaten van deze meting beïnvloed hebben (Terugblik 2014, p. 7).

Tabel 9. Beoordeling van de programma's van de publieke omroep in de domeinen nieuws en opinie ten opzichten van pluriformiteit en kwaliteit

	Antwoordcategorie	Video aanbod				
		2010	2011	2012	2013	2014
Pluriform	Past wel	70,0	77,6	72,6	76,9	74,1
	Past niet	8,6	5,3	7,6	7,9	6,0
	Geen mening	20,9	17,1	19,8	15,2	20,0
		99,5	100,0	100,0	100,0	100,1
Kwalitatief goed	Past wel	68,5	75,5	71,9	76,9	74,7
	Past niet	8,3	7,1	8,2	6,3	4,4
	Geen mening	23,2	17,4	20,0	16,9	20,9
		100,0	100,0	100,1	100,1	100,0
		Audioaanbod				
		2010	2011	2012	2013	2014
Pluriform	Past wel	67,0	68,2	62,7	63,1	61,8
	Past niet	8,7	14,2	13,8	14,6	15,8
	Geen mening	25,1	17,6	23,5	22,4	22,6
		100,8	100,0	100,0	100,1	100,2
Kwalitatief goed	Past wel	71,7	77,3	67,3	75,5	72,7
	Past niet	4,0	7,2	8,5	5,7	7,9
	Geen mening	23,8	16,6	24,3	19,0	19,5
		99,5	101,1	100,1	100,2	100,1

Prestatieafspraak 2.5a,b: De publieke omroep continueert de komende jaren het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots en breidt deze waar mogelijk uit:
- Jaarlijks minimaal 20 pilots of programmaformats [ontwikkelen]
- en programmering van minimaal vier nieuwe programmaformats.

Gerealiseerd: De afspraken dat de publieke omroep het aantal nieuwe eigen programmaformats en -pilots op het niveau van 2009 continueert en waar mogelijk uitbreidt wordt nageleefd. In 2012 en 2013 komt het aantal iets lager te staan dan in 2009 maar wordt dan naar 2014 bijna verdubbeld. Het afgesproken jaarlijkse minimum omtrent het ontwikkelen van 20 formats en plaatsen van vier pilots (art. 2.5) blijkt minder ambitieus te zijn, tot nu toe zijn deze twee afspraken altijd ruimschoots gehaald met het voorlopige hoogtepunt in 2014.

Tabel 10. Aantal nieuwe formats/pilots en geprogrammeerde nieuwe formats

	Aantal pilots (geplaatst)					
Programmakanaal	2009	2010	2011	2012	2013	2014
NPO 1	7 (0)	10 (3)	3 (1)	7 (5)	6 (1)	12 (7)
NPO 2	6 (3)	10 (8)	3 (3)	3 (3)	4 (3)	14 (11)
NPO 3	16 (7)	9(4)	17 (8)	10 (2)	13 (7)	18 (8)
Zapp, Zappelin	8 (1)	11 (2)	14 (4)	16 (9)	9 (8)	16 (7)
Totaal	37 (11)	40 (17)	37 (16)	36 (19)	32 (19)	60 (33)

Verificatie afspraak 2.5a: De NPO heeft duidelijk kunnen maken dat het proces zoals in het validatiedocument afgesproken verloopt en dat de gerapporteerde gegevens voldoende betrouwbaar zijn. Verwarrend blijft het niet eenduidige en inconsequente en vaak synonieme gebruik van de twee termen programmapilots en -formats. Bron voor de rapportage is het overzicht pilots uit de televisiebegroting, gerapporteerd wordt het overzicht titels ontwikkelde pilots of programmaformats. Uitgangspunt zijn de verschillende pilots van een omroep, die als ze geplaatst worden als geprogrammeerde nieuwe programmaformats worden beschreven.

Prestatieafspraak 2.6.1: Het programma-aanbod van Z@PP en Z@ppelin onderscheidt zich jaarlijks qua genremix en zendtijdverdeling van de genremix, meetbaar van die van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.

Gerealiseerd: Het programma-aanbod van Zapp(elin) bestond in 2014 voor meer dan tweederde uit fictie. Het genre educatie is het enige niet fictionele genre met een aandeel van meer dan 5 procent

(8 procent). Maar de genremix van het kindertelevisieaanbod Zapp(elin) is ten opzichte van 2010 niet sterk veranderd, toen was het aandeel fictie al bijna twee deerde. Voor deze afspraak is relevant dat de Zapp(elin) kinderprogrammering zich van de op kinderen gerichte commerciële concurrentie, de zenders Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD (art. 2.6.1) onderscheidt. Programma's in de categorieën Nederlandse fictie (educatie 2013: 11,1 procent en overige 2013: 13,6 procent), educatie (2013: 10,6 procent) en overig amusement (2013: 8,7 procent) worden bijna uitsluitend door de NPO aangeboden. Dat is te verklaren doordat de commerciële zenders overwegend overige buitenlandse fictie uitzenden, hier is het verschil net zoals in de afgelopen jaren het grootste: NPO 26,5 procent, Nickelodeon 82,9 procent, Disney Channel 94,4 procent en Disney XD 99,2 procent. De genremix van Zapp(elin) voldoet dus ruim aan de afspraak en onderscheidt zich duidelijk van de genremix van de belangrijkste Nederlandse commerciële programmakanalen voor kindertelevisie.

Tabel 11. De verdeling van de genremix van het kindertelevisieaanbod Zapp(elin) (tijdvak 00-24) en het verschil ten opzichte het gemiddelde percentage van Nickelodeon, Disney Channel en Disney XD 2010 t t/m 2014

	Zapp(elin), aandeel in procentpunten					Verschil in procentpunten				
Genre	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Overige Nederlandse fictie	9,5	12,7	16,7	13,6	12,9	7,2	9,7	16,2	12,9	12,5
Nederlandse educatieve fictie	12,4	13,1	11,5	11,1	12,2	12,3	13,1	11,5	11,1	12,2
Educatie	7,2	8,1	9,5	10,6	8,3	7,2	7,9	9,5	10,3	8,2
Buitenlandse educatieve fictie	7,2	5,5	12,8	13,8	13,2	0,5	0,7	7,6	8,8	6,2
Overig amusement	8,9	8,6	8,0	8,7	5,6	8,1	8,2	7,5	8,4	5,5
Human interest	3,0	3,8	3,1	4,1	4,7	3,0	3,8	3,1	4,1	4,7
Educatieve quiz***	0,1	0,0	0,2	1,9	3,0	0,0	-0,1	0,2	1,9	3,0
Service	0,8	1,8	2,6	2,4	2,8	0,6	1,7	2,5	2,3	2,8
Nieuws	3,1	2,8	2,5	2,5	2,3	3,1	2,8	2,5	2,5	2,3
Populaire muziek	5,3	4,3	2,6	1,4	1,1	4,9	4,1	2,3	1,1	1,0
Overige spel en quiz**	3,2	4,0	3,2	0,6	1,5	3,1	3,6	2,7	0,1	1,0
Overige sportinformatie	2,2	0,0	1,0	0,9	1,0	2,1	0,0	1,0	0,9	0,5
Artistiek spel****		0,4	0,9	0,7	0,3		0,2	0,9	0,7	0,3
Human culture		0,0	0,2	0,4	0,3		0,0	0,2	0,4	0,3
Human actua	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
Religie*		0,1	0,0	0,3	0,0		0,1	0,0	0,3	0,0
Kunstinformatie	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,2	0,2	0,0	-0,4	-0,2
Overige buitenlandse fictie	36,4	33,0	24,8	26,5	30,3	-52,9	-57,3	-67,9	-65,7	-60,3
Levensbeschouwing*	0,3					0,3				
Totaal	99,5	99,9	99,9	99,9	99,9					
Totaal (uren)	774	794	808	802	802					

* De categorie 'levensbeschouwing' is in 2011 opgesplitst in 'religie' en 'human culture'.
** De categorie 'overige spel en quiz' heette in 2010 'overige spelprogramma'.
*** De categorie 'educatieve quiz' heette in 2010 'kennis quiz'.
**** De categorie 'artistiek spel' is in 2011 nieuw geïntroduceerd.

Prestatieafspraak 2.6.2: De jaarlijkse hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar wordt ten minste gecontinueerd ten opzichte van de vorige concessieperiode.
Gerealiseerd: De afspraak de hoeveelheid zendtijd voor kinderen te continueren is in ieder jaar nageleefd, sinds 2010 ligt het aantal uren zelfs aanzienlijk hoger dan in 2009, het referentiejaar. Wel loopt het aantal uren sinds 2012 terug.

Tabel 12. De hoeveelheid zendtijd voor kinderen tussen 3-12 jaar

	2009*	2010	2011	2012	2013	2014
Totaal (in uren)	4526	4550	4675	4749	4727	4668
Toename t.o.v. 2009 (in procenten)		0,5	3,3	4,9	4,4	3,1

* Referentiejaar zoals vastgesteld in validatiedocument.

3. Ambitie ‘Vergroten van bereik’

Algemeen

Prestatieafspraak 3.1.1: De publieke omroep bereikt gemiddeld over de gehele concessieperiode wekelijks 85 procent van de Nederlanders.
Wordt waarschijnlijk niet gerealiseerd: Dat de publieke omroep gemiddeld over de concessieperiode 85 procent van de Nederlanders met de drie netten NPO1, 2 en 3 bereikt is zeer onwaarschijnlijk. De NPO merkt hierbij op dat niet alleen de NPO netten een dalend bereik laten zien maar ook andere grote Nederlandse zenders en legt uit: "Ondanks de vele inspanningen door de NPO om het bereik te vergroten is het niet mogelijk gebleken om de dalende trend in het bereik voor de NPO netten om te buigen. Over de jaren 2010-2014 is het gemiddelde weekbereik 84,0 procent, een procent lager dan de prestatieafspraak. De NPO spant zich in om in 2015 een groei van het bereik te realiseren, maar beseft dat de prestatieafspraak over het bereik over de gehele concessieperiode onder druk staat.” (Terugblik 2014, p. 23).
Het Commissariaat constateert op basis van het bereik van 82,4 procent in 2014 dat het beoogde aandeel alleen te halen is als in 2015 het bereik op 90 procent of meer uitkomt. Dat is gezien de bereikcijfers van de eerste maanden in 2015 niet aannemelijk.

Tabel 13. Bereik van het videoaanbod NPO 1, 2 en 3 in procenten

	2010	2011	2012	2013	2014
Totaal (in procenten)	86,1	84,8	84,3	82,5	82,4
Gemiddelde		85,5	85,1	84,4	84,0

Prestatieafspraak 3.1.2: De publieke omroep bereikt met het audioaanbod wekelijks de helft van alle Nederlanders
Niet gerealiseerd: Voor het audioaanbod is de jaarlijks na te komen afspraak gemaakt, dat de NPO wekelijks de helft van alle Nederlanders bereikt. Na een stijging daalt het bereik vanaf 2011 continu. In geen enkel jaar is de afspraak ten minste 50 procent te bereiken tot nu toe nageleefd.

Tabel 14. Het bereik van het audioaanbod in procenten

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Totaal	45,7	47,5	48,1	46,6	46,3	45,3
Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)		3,9	1,3	-3,1	-0,6	-2,2

Prestatieafspraak 3.1.3: De publieke omroep heeft elk jaar minimaal één verbindende zender in de top drie van meest beluisterde radiozenders.
Gerealiseerd: De afspraak dat minimaal één verbindende zender ieder jaar tot de top drie van meest beluisterde radiozenders behoord wordt in 2014 zoals in alle voorafgaande jaren gehaald. Doordat NPO Radio 2 langzaam is weggezakt staat sinds 2013 met NPO 3FM nog maar één zender in de top3. In 2014 is deze van nummer 2 naar nummer 3 gezakt. Hoewel de afspraak is gerealiseerd kan de ontwikkeling niet aantonen dat het bereik wordt vergroot, zoals de titel van deel 3 van de Uitgebreide rapportage suggereert.

Tabel 15. Top drie van meest beluisterde radiozenders

Radioprogrammakanaal	Positie in de top 3				
	2010	2011	2012	2013	2014
1. Radio 538	1	1	1	1	1
2. Sky Radio				3	2
3. NPO 3FM	3	3	2	2	3
4. NPO Radio 2	2	2	3		

Jongeren

Prestatieafspraak 3.2.1: Nederland 3 vergroot het bereik onder de publieksgroep 20-34 jaar.
Niet gerealiseerd: De ambitie met de programmering van NPO 3 de publieksgroep 20-34 jaar beter te bereiken dan in 2009 is niet nageleefd. Sinds 2009 daalt het bereik van deze publiekgroep continue en komt in 2014 voor het eerst en duidelijk onder 50 procent te staan. De NPO merkt op "Dit is deels te verklaren door de verplaatsing van De Wereld Draait Door naar NPO 1 en door het feit dat het weekbereik overall onder druk staat (…). Dit neemt echter niet weg dat het bereik van NPO 3 onder jongere doelgroepen een belangrijk actiepunt is voor de komende jaren" (Terugblik 2014, p. 22).

Tabel 16. Bereik NPO 3 onder de publieksgroep 20-34 jaar

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Totaal	56,3	55,6	54,1	52,3	51,9	43,3
Ontwikkeling t.o.v. referentiejaar (percentueel)		-1,2	-3,9	-7,1	-7,8	-23,1

Verificatie afspraak 3.2.1: Anders dan in de Terugblik aangeduid ("door een aanpassing in het kijkonderzoek", Terugblik 2014, p. 23) blijkt geen aanpassing van het kijkonderzoek plaatsgevonden te hebben. Dit kan dus geen argument voor het krimpend bereik zijn. Wel neemt, op een nog steeds zeer laag niveau, het aandeel huishoudens toe dat over geen televisietoestel beschikt, maar wel anders televisie kijkt.
Nog is het non lineaire kijken onvoldoende in het standaard kijkonderzoek van SKO vertegenwoordigd. Daarom is geen uitspraak over het lineaire en non lineaire bereik van NPO3 mogelijk. Maar misschien al vanaf december 2015 zal het kijktotaal (lineair + non-lineair) beschikbaar kunnen zijn en zal de NPO voor het eerst over het kijktotaal kunnen rapporteren.

Prestatieafspraak 3.2.2: De publieke omroep vergroot het bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder jongere doelgroepen.
Ten dele gerealiseerd: Beoogd was het bereik van de toonaangevende radioprogrammakanalen onder drie jongere doelgroepen te vergroten ten opzichte van 2009. Het bereik van de doelgroep 35-44 jaar ligt in 2014 2,3 procentpunten lager dan het bereik in 2009. Maar het doel wordt ook in de doelgroep 25-34 jaar in 2014 voor het eerst niet gerealiseerd. Alleen de jongste doelgroep wordt in alle jaren beter bereikt dan in 2009. Dat het bereik in alle jongere doelgroepen de laatste jaren daalt is voor het Commissariaat een grote punt van zorg. Ook de NPO ziet hierin een risico. "Het bereik van onze radiozenders blijft ook in 2015 een belangrijk aandachtspunt." (Terugblik 2014, p. 21).

Tabel 17. Bereik van het totaal van de toonaangevende radioprogrammakanalen van de Publieke Omroep onder jongere doelgroepen

Doelgroep	2009*	2010	2011	2012	2013	2014
15-24 jaar	32,4	34,2	35,4	35,1	34,6	34,2
25-34 jaar	42,4	45,1	46,1	44,7	43,3	41,7
35-44 jaar	44,7	45,8	47,0	44,2	44,3	42,4

* Referentiejaar zoals vastgesteld in het validatiedocument.

Verificatie afspraak 3.2.2: Aanleiding om deze afspraak weer te verifiëren was de argumentatie van de NPO dat de terugloop in luistertijd in 2014 deels is "veroorzaakt door een wijziging in de meetmethode vanaf 2014" (Terugblik 2014, p. 3). Tijdens de verificatie bleekt dat in 2014 geen wijziging heeft plaatsgevonden, maar dat de wijziging in 2012 waarschijnlijk mede ervoor heeft gezorgd dat het bereik is gedaald. We zijn in ons advies over het naleven in 2012 dieper hierop ingegaan.

4. Ambitie ‘Vergroten van de impact’

Video

Prestatieafspraak 4.1.1: Het aanbod in de domeinen nieuws en opinie draagt bij aan maatschappelijk debat en is agendasettend.
Gerealiseerd: Het aantal vermeldingen van nieuws- en opinieprogramma’s van de gezichtsbepalende televisienetten van de NPO in de landelijke dagbladen, opinietijdschriften en Handelingen en Kamervragen is in alle jaren hoog. Vanwege een methodisch ingrijpende aanpassing (zie ons advies over 2013) kan 2014 alleen met 2013 vergeleken worden. Ten opzichte van 2013 is het aantal vermeldingen bijna onveranderd. Meer dan 50 procent van de vermeldingen verwijst naar Nieuwsuur (24 procent), EenVandaag (14 procent), Journaal 20 uur (9 procent) en Buitenhof (7 procent). (Terugblik 2014, p. 26). Omdat geen minimum aantal en/of geen vergelijkmedia in de afspraak zijn vastgesteld moet worden geconcludeerd dat de afspraak gerealiseerd is.

Tabel 18. Vermeldingen van nieuws- en opinie-televisietitels van de NPO

	2010	2011	2012	2013	2014
Aaantal	362	637	1373	1681	1666
Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)		*76,0*	*115,5*	*22,4*	*-0,9*
factor t.o.v. 2010		*1,8*	*3,8*	*4,6*	*4,6*

Audio

Prestatieafspraak 4.1.2: Radio 1 is het meest invloedrijke agendasettende radioprogrammakanaal voor nieuws en opinie.
Gerealiseerd: Voor audio is vastgelegd dat NPO Radio 1 in de landelijke media vaker genoemd wordt dan BNR nieuwsradio. Deze afspraak wordt in alle jaren nageleefd. Nadat in 2010 NPO Radio 1 drie keer vaker is genoemd is de verhouding tot 2013 iets evenwichtiger geworden. Van 2013 naar 2014 is het gat tussen deze twee zenders weer groter geworden.

Tabel 19. Vermeldingen van NPO Radio 1 en BNR.

Radioprogrammakanaal	2010	2011	2012	2013	2014
Antal Radio 1	30	51	77	119	130
Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)		*70,0*	*51,0*	*54,5*	*9,2*
Aantal BNR Nieuwsradio	10	34	59	74	60
Ontwikkeling t.o.v. voorgaande jaar (procentueel)		*240,0*	*73,5*	*25,4*	*-18,9*
R1 factor tov 2010		*1,7*	*2,6*	*4,0*	*4,3*
BNR factor tov 2010		*3,4*	*5,9*	*7,4*	*6,0*